

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

perancangan promosi audio visual Buck store melalui sosial media ini dirancang agar menarik perhatian target audien khusus nya, bagi merekayang sudah lama mengenal Buck store. mengingat bahwasanya Promosi ini sangat penting pada penjualan. Perancangan promosi ini dirancang dengan beberapa media, selain media utama audio visual. setelah melalui beberapa proses perancangan maka dapat ditarik kesimpulan yaitu dalam pembuatan promosi audio visual, penulis harus mengetahui siapa target audiennya, bagaimana komunikasinya, serta harus mengetahui kecenderungan atas ketertarikan target audiens. Dalam perancangan ini audio visual sebagai media utama dan sosial media peletaknya, kerena sebagian besar bagi para konsumen Buck store sendiri, melakukan pembelian secara *online*, sehingga dari sini dapat ditarik kesimpulan bahwa peran sosial media sangan penting dala sebuah promosi. Karena video ini tanpa dialog, maka setiap adegannya ditampilkan secara menonjol dalam penampakan produknya, akan tetapi dalam penampilan produknya sedikit tersamarkan oleh cerita serta adegan yang diperankan oleh model pada setiap video. Dalam setiap film, termasuk film iklan pasti mempunyai pesan yang ingin disampaikan. Ketika membuat sebuah promosi audio visual maka kita harus dapat menggambarkan isi dari video yang mewakili pesan yang ingin disampaikan. Dalam penulisan karya ini mengalami beberapa kendala, kerena jenis atau *genre* promosi yang dibuat dalam promosi audio visual ini tergolong promosi baru, dengan sebutan lookbok video, yang baru booming saat ini sejak dimulai nya sekitar tahun 2008 dan belum ada yang membahas tentang genre baru ini.

B. Saran

Adapun beberapa saran dari pengalaman penulis menyelesaikan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Penulis

Agar lebih mengembangkan kreatifitas dalam berkarya serta mengembangkan ide-ide agar menghasilkan karya yang lebih baik dalam bidang disain khususnya audio visual. Agar mampu untuk memahami dengan lebih baik dalam menjalani hidup secara individu maupun sosial

2. Untuk Masyarakat dan Pemerintah

Agar lebih Menghargai kreativitas pekerja seni, karena dala membuat suatu karya, bagi sesorang seniman atau pekerja seni membutuhkan proses data, riset dan konsep yang matang untuk membuatnya.

3. Untuk Publik seni

Dapat menjadi ispirasi dalam pembuatan karya seni, khususnya di bidang audio visual, karena seiring berjalanya waktu saat ini media audio visual dan sosial media memilik daya tarik yang kuat dibanding media sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Pustaka :

Endarmoko, E., 2006, *Tesaurus Bahasa Indonesia*, Gramedia Pustaka Utama:

Jakarta

Suleiman, Hamzah, A., 1981, *Media Audio Visual Untuk Pengajaran, Penerangan*

dan Penyuluhan, Gramedia Pustaka Utama: Jakarta

Sutisna, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Remaja

Rosdakarya: Bandung

Suyanto, M., 2005, *Strategi Perancangan Iklan Televisi Top Dunia*, Andi Offset:

Yogyakarta

Wasesa, Agung, S., 2013, *Politic Branding & Public Relations* (Saatnya

Kampanye Sehat, Hemat Dan Bermanfaat), Gramedia Pustaka Utama:

Jakarta

Widyatama, R., 2007, *Pengantar Periklanan*, Pustaka Book Publisher: Yogyakarta

Tautan :

<http://hanniypurple.blogspot.com/2013/03/media-pembelajaran-berbasis-audio.html> (29 april 2015, 02:17 WIB)

<http://komunikasi.us?index.php/course/perkembangan-teknologi-komunikasi/41-apa-itu-audio-visual> (29 april 2015, 02:56 WIB)

<http://sosmedtoday.com/2014/09/pengguna-internet-2014-berapa-data-nielsen/> (9 Juni 2015, 02:22 WIB)

<http://tekno.liputan6.com/read/2164377/pengguna-internet-indonesia-kuasai-media-sosial-di-2015?p=2> (26 april 2015, 04.12 WIB)

